

**STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS
MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM RUMAH MAKAN PADANG
SINAR SURYA UNI SEERA (PRESPEKTIF LEADER)**



Nama : Nurul Azizah Amry

Nim : 43122010296

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2026

**STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS MELALUI
MEDIA SOSIAL PADA UMKM RUMAH MAKAN PADANG SINAR SURYA
UNI SEERA (PRESPEKTIF LEADER)**

Proyek Media Sosial Manajemen Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Gelar Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas
Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Nurul Azizah Amry

Nim : 43122010296

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Nurul Azizah Amry

Nim: 43122010296

Program Studi: S1 Manajemen

Menyatakan bahwa proyek media sosial manajemen ini adalah murni hasil karya penulis dan tim sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing. Apabila kami mengutip dari hasil karya orang lain, maka kami akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penulis dan tim bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 April 2026



Nurul Azizah Amry

43122010296

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
--	--	---

No. Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama	: NURUL AZIZAH AMRY
NIM	: 43122010296
Fakultas / Program Studi	: FEB / Manajemen
Jenis	: Skripsi
Judul Tugas Akhir	: STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM RUMAH MAKAN PADANG
Hasil Pengecekan Turnitin	: 24%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **24%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 30 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Agustus/27/0000001237/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nurul Azizah Amry
NIM : 43122010296
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM RUMAH MAKAN PADANG SINAR SURYA UNI SEERA (PRESPEKTIF LEADER)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 07 April 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Diky Firdaus, S.Kom., M.M
NIDN/NUPTK: 0411017402

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-05266371



Scan QR or [click here](http://lib.mercubuana.ac.id) to
Verification

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proyek media sosial sebagai tugas akhir perkuliahan dengan baik. Dalam proses penyusunan proyek media sosial ini, penulis bersyukur kepada Allah karena menerima berbagai dukungan dan dorongan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berperan dalam penulisan dan penyelesaian proyek media sosial ini. Dengan demikian, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Diky Firdaus, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing proyek media sosial yang telah memberikan bantuan yang sangat berharga dan selalu meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan dukungan selama proses penulisan proyek media sosial. Terima kasih atas bantuan, dukungan, dan arahan yang sangat berarti dalam kelancaran proyek media sosial ini. Semoga Tuhan membalas kebaikan bapak.
2. Keluarga tim penulis yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kasih penulisng tanpa batas. Semoga Allah SWT. selalu memberikan kesehatan dan keberkahan.
3. Kepada teman-teman yang telah menemani peneliti selama perkuliahan ini dan banyak memberikan banyak bantuan. Baik teman-teman di perantauan maupun di rumah.
4. Kepada UMKM Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera yang telah meluangkan waktu dan berkontribusi dalam proyek media sosial ini. Tanpa dukungan dan partisipasi Anda proyek media sosial ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik.

Peneliti juga sangat menghargai kritik dan saran yang telah diberikan untuk meningkatkan hasil proyek media sosial ini. Semoga proyek media sosial ini dapat memberikan dampak positif bagi pembaca.

Jakarta, Juni 2026

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Azizah Amry

NIM : 43122010296

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Judul Tugas Akhir : Strategi Digital Marketing Dan Brand Awareness Melalui Media Sosial Pada Umkm Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera (Prespektif Leader)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Oktober
Jakarta, 1 OKTUBER 2026

Yang menyatakan,



10000
SERULUH RUPIAH
METERAI
TEMPEL
3B201AOX186947270

(Nurul Azizah Amry)

**STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN BRAND
AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL PADA UMKM
RUMAH MAKAN PADANG SINAR SURYA UNI SEERA
(PRESPEKTIF LEADER)
NURUL AZIZAH AMRY**

ABSTRAK

Sebagai pemimpin proyek, penulis bertanggung jawab penuh dalam merancang, mengoordinasikan, dan memastikan keberhasilan implementasi strategi digital marketing serta peningkatan brand awareness pada UMKM Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera melalui pemanfaatan media sosial (Instagram dan TikTok). Peran utama leader meliputi penyusunan visi dan misi proyek, pembuatan serta monitoring time schedule, negosiasi dan finalisasi kerja sama dengan mitra, pengawasan kinerja tim sesuai jobdesk, analisis metrik media sosial (engagement, reach, impressions), serta evaluasi hasil kerja tim secara berkala menggunakan KPI. Leader juga memastikan penggunaan tools pendukung seperti Google Spreadsheet, Canva, dan CapCut berjalan efektif. Hasil proyek menunjukkan peningkatan interaksi digital, pertumbuhan brand awareness, dan potensi kenaikan omzet. Pendekatan kepemimpinan yang terstruktur dan berbasis data terbukti penting dalam mendukung keberlanjutan UMKM di era digital.

Kata Kunci: UMKM, digital marketing, brand awareness, media sosial, perspektif leader, manajemen proyek.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**DIGITAL MARKETING AND BRAND AWARENESS
STRATEGIES VIA SOCIAL MEDIA FOR THE SINAR
SURYA UNI SEERA PADANG RESTAURANT MSME (A
LEADER'S PERSPECTIVE)
NURUL AZIZAH AMRY**

ABSTRACT

As the project leader, the author was fully responsible for designing, coordinating, and ensuring the successful implementation of digital marketing strategies and brand awareness improvement for the MSME Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera through social media (Instagram and TikTok). The leader's key roles included formulating the project's vision and mission, creating and monitoring the project schedule, negotiating and finalizing partnerships with business partners, supervising team performance according to job descriptions, analyzing social media metrics (engagement, reach, impressions), and conducting periodic team evaluations using KPI. The leader also ensured the effective use of supporting tools such as Google Spreadsheet, Canva, and CapCut. The project results showed increased digital engagement, improved brand awareness, and potential revenue growth. A structured and data-driven leadership approach proved essential in supporting MSME sustainability in the digital era.

Keywords: MSME, digital marketing, brand awareness, social media, leader's perspective, project management.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan.....	19
1.4 Manfaat	19
1.4.1 Bagi Mahasiswa	19
1.4.2 Bagi Perguruan Tinggi	20
BAB II LANDASAN TEORI	22
2.1 Proyek – Proyek Terkait.....	22
2.2 Platform yang digunakan	36
2.2.1 Elemen – Elemen Pendukung	44
2.3 Teori dan Pengertian	77
BAB III METODOLOGI Pengerjaan Proyek.....	105
3.1 Tempat dan Objek Perusahaan	105
3.2 Pembagian Kerja Tim.....	108
3.3 Time Schedule Kegiatan	116
3.3.1 Jenis dan Karakter Media Sosial	138

3.3.2	Segmenting, Targeting, Positioning (STP).....	138
3.3.3	Competitor Analysis.....	141
3.3.4	AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	148
3.5.6	Strengths, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT).....	151
3.4	Penentuan Media Sosial Platform dan Tools.....	153
3.6.1	Media Sosial Platform.....	153
3.6.2	Tools.....	157
3.7	Rencana Desain Tampilan.....	159
3.8	Rencana Organisasi Leader.....	163
BAB IV MANAJEMEN DESIGN SERTA PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL		166
4.1	<i>Job desk leader / Manajer sosial media</i>	166
4.1.1	Memimpin arah dan tujuan proyek	166
4.1.2	Membuat dan memonitor time schedule proyek.....	167
4.1.3	Melakukan negosiasi dan finalisasi kerja sama konten atau kampanye	168
4.1.4	Memastikan seluruh anggota tim bekerja sesuai dengan jobdesk dan tenggat waktu:	168
4.1.5	Social Media analytics dan metrics.....	169
4.1.6	Manajemen hasil kerja tim.....	170
4.2	Hasil Job Description	171
4.2.1	Memimpin arah dan tujuan proyek	171
4.2.2	Membuat dan memonitor time schedule proyek.....	174
4.2.4	Memastikan seluruh anggota tim bekerja sesuai dengan jobdesk dan tenggat waktu	191
4.2.5	Social Media analytics dan metrics.....	198
3.3.5	Manajemen hasil kerja tim	205
BAB V PENUTUP.....		209
5.1	Kesimpulan	209
5.2	Saran.....	209
DAFTAR PUSTAKA.....		211

LAMPIRAN.....	220
---------------	-----



DAFTAR TABEL

Table 1. 1 Data UMKM 2020-2023	2
Table 1. 2 Permasalahan Umum UMKM	3
Table 1. 3 Trend Data Penggunaan Internet dan Media Sosial Tahun 2024 di Indonesia	6
Table 1. 4 Tren Data Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2024	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2. 2 Platform yang digunakan	36
Tabel 2. 3 Tools yang digunakan.....	48
Tabel 3. 1 Pembagian Kerja Tim	109
Tabel 3. 2 Alasan Penggunaan media Sosial	153
Tabel 3. 3 Alasan Penggunaan Tools.....	157
Tabel 4.1 Visi Misi	165
Tabel 4.2	171

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1Pendapatan 3 Bulan Terakhir UMKM Rumah Makan Padang Sinar Surya Uni Seera.....	14
Gambar 1. 2 Konten Sosial Media Instagram Sebelum Proyek.....	15
Gambar 1. 3 Memberikan Pembukuan Kas Kepada Mitra	17
Gambar 2. 1 System Dvelopment Life Cycle.....	95
Gambar 3. 1 SIUP UMKM Rumah Masakan Padang Sinar Surya Uni Seera	105
Gambar 3. 2 Time Schedule Tim	116
Gambar 3 3 Time Schedule Leader.....	117
Gambar 3. 4 Logo UMKM Rumah Masakan Padang Sinar Surya Uni Seera	160
Gambar 3. 5 Mockup Desain Postingan Instagram.....	161
Gambar 4.1 Kegiatan Rutin.....	166
Gambar 4.2 Time Schedule	167
Gambar 4.3 Bukti Kerja Sama Tim dan Mitra.....	168
Gambar 4.4 Pengawasan Tim	170
Gambar 4.5 Metrics	177
Gambar 4.6 Analytic Tiktok	178
Gambar 4.7 Analytic Instagram	179
Gambar 4.8 Bukti Pengumpulan Google Driva	182
Gambar 4.9 Bukti KPI	183
Gambar 4.10 Evaluasi Rutin.....	184

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pernyataan Kesediaan Kerjasama dari Mitra Usaha dalam Pelaksanaan Program Sosial Media Manajemen	220
Lampiran 2. Time Schedule Leader	221
Lampiran 3. Time Schedule General.....	222
Lampiran 4. Content Calendar	200
Lampiran 5. KPI	201
Lampiran 6. Metrics	202
Lampiran 7. Evaluasi Tim.....	203
Lampiran 8. Pengawasan Tim	204

